

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab bagian akhir ini akan disampaikan hasil-hasil pokok penelitian yang merupakan kesimpulan penelitian, yang berisi:

1. Proses penguatan merek (brand reinforcement) dalam bisnis pada merek Mr.Coffee
 - a. Produk (product)

Memberikan kualitas produk yang bagus serta memberikan varian kopi yang bermacam – macam.
 - b. Harga (price)

Memberikan harga yang terjangkau bagi kalang menengah keatas maupun kalangan menengah kebawah.
 - c. Saluran distribusi (place)

Menyalurkan produk kepada konsumen dengan menjaga kualitas produk tersebut.
 - d. Promosi (promotion)

Melakukan berbagai kegiatan promosi sebagai penunjang penguatan merek melalui berbagai media social, blackberry massanger,facebook,twitter,wechat dan berbagai media social lainnya.

2. Faktor pendukung dan penghambat proses penguatan merek Mr. Coffee

a. Faktor pendukung

- 1) Mr. Coffee memiliki berbagai macam produk kopi serta cara penyajian yang unik dengan cara penggilingan biji kopi langsung ditempat.
- 2) Banyaknya pecinta kopi di Indonesia dari berbagai kalangan. Mulai dari kalangan menengah ke bawah hingga kalangan menengah ke atas.

b. Faktor penghambat

- 1) Sistem organisasi yang belum terbentuk sehingga proses pemasaran kurang begitu lancar.
- 2) Kurangnya pengetahuan masyarakat varian kopi dari berbagai daerah di Indonesia.

B. Saran dan rekomendasi

Hasil akhir dari penelitian ini belum sepenuhnya sempurna, mungkin ada yang tertinggal atau bahkan terlupakan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan dan dikaji ulang yang tentunya lebih teliti, kritis dan juga lebih mendetail guna menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian penguatan merek, maka saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses penguatan merek Mr. Coffee perlu meningkatkan promosi agar lebih menguntungkan laba yang lebih besar.
2. Hendaknya pemilik segera membangun sistem organisasi yang baik untuk sarana promosi supaya lebih tertata dalam melakukan kegiatan promosi.

